

會學濟經學大國帝都京

叢論濟經

號四第

卷七十三第

行發日一月十年八和昭

論叢

貨幣效用の測定について

文學博士 高田 保馬

企業と租税負擔

經濟學博士 汐見 三郎

市民主義・國家主義・國民主義

經濟學博士 石川 興二

時論

地租改造の一案

法學博士 神戸 正雄

研究

資本蓄積と資本有機的構成變化

經濟學士 柴 田 敬

金の意義に就いて

經濟學士 松岡 孝兒

出張販賣より見たる百貨店對小賣店の抗爭

經濟學士 堀 新一

說苑

企業の豫算期間について

經濟學士 山本安次郎

販賣組合における價格の決定方法

經濟學士 吉 木 信

附錄

新着外國經濟雜誌主要論題

(禁載轉)

販賣組合における價格の

決定方法

吉 木 信

一、問題の意義

農産物の協同販賣は、今日のわが農村經濟に對して重要な意義を認められて來たが、協同販賣がその機能を發揮するためには、先づ第一に協同販賣組合の經營が問題となる。この場合に價格が經營の中心をなすことは、商業の經營におけると同じである。組合員の生産物を有利に販賣することが販賣組合の職能であるから、これまでは販賣價格のみが専ら問題とされてゐ

た。しかるに最近に至り吾國においても、賣上金を組合員に分配する場合の分配價格が、販賣價格と並んで、独自の意義を持ち來つた。はじめ賣上金は、組合の經營費としての手數料を控除したまゝ組合員に分配されたから、賣上金の分配については價格現象を生じなかつた。しかるに協同販賣が、世界恐慌の生産過剰に直面して、組合員の生産を統制する機能を發揮せんとするに當り、賣上金の分配に關聯して販賣組合に生産統制の機能を擔はす所から、分配價格の成立を見るに至るのである。

吾國において協同販賣の最も發達せる米、生絲につき見るに、後者においては、大日本生絲販賣組合聯合會（略稱絲聯）が、所屬組合への賣上金の分配につき、從來の個別計算を本年七月より共同計算に改め、組合員の相場變動により受くる打撃を除去せるは、分配價格による生産統制に一指を染めたものと言へる。

この小論において私は、アメリカ合衆國における大都市の牛乳販賣組合に發達したる販賣價格と分配價格

との決定方法に關する研究——イリノイ大學、バートレット¹⁾氏の研究を紹介することとする。

もとより之は方法の問題であるから、その市場の特殊なる事情に基いて發達せるもので、彼をそのままに適用すべきものではない。吾國の酪農販賣組合の經營につきては、産業組合中央會はすでに一冊子²⁾を刊行して、その注意を喚起してゐるが、アメリカに行はるゝ價格の決定方法における原理につきては、學ぶべきものがあると信ずる。殊に牛乳と等しく腐敗變質のほげしい野菜・果物の全國的販賣統制が要望せられる今日、この書の紹介は無意味ではあるまいと思ふ。

二、均 一 方 法³⁾

合衆國の消費者は、年四〇億弗を酪農品に支拂ひ、酪農業は農業の首位にあつて、この國の最も重要な工業の一つと言はれる鋼鐵業を凌ぐ。この國に生産される牛乳の五〇％は液體の形にて消費され、残りの五〇％はクリーム、アイスクリーム、煉乳、バター、チ

ーズに加工される。以下、液體の形にて消費される牛乳を液乳と呼び、その他の用途にあてられる牛乳を餘剩乳と呼ぶこととする。

アメリカの各地に散在せる酪農者は、その生産物を何れかの都市市場に供給するを要する。通常一つの大都市市場に販賣される牛乳の八〇％以上は、五人に足らぬ牛乳配給者により取扱はれてゐる。例へば三萬の生産者によりて牛乳が供給されてゐるフィラデルフィアの市場においては、その八五％以上が四人の牛乳配給者により取扱はれてゐる。斯の如き市場においては、個人的生産者の取引力は、實際には無視される。そこでフィラデルフィアの生産者達は Interstate milk Producers' Association として知られる牛乳販賣組合を作ることとなつた。

牛乳の品質統制は、國家的見地よりなさるべき大問題であるが、それは本稿の問題外にある。貯藏品たるバターおよびチーズには國家的に認められたる品等があるが、牛乳、クリーム、アイスクリームにはこの品

1) Bartlett, Co-operation in marketing dairy products, 1931.
2) 産業組合中央會、酪農販賣組合經營事例
3) Flat price system, Bartlett, *ibid.*, p. 10-11.

等がない。優良なる牛乳は、清潔、スキート、混物なく、バクテリア數少なく、芳香逸せず、病源體なきものである。牛乳の汚染を検する方法としては、酪農點數カード法、メチレン青検査法、沈澱物検査法、寒天板法、顯微鏡法等が用ひられてゐる。ここでは組合によりてこれ等の検査を経たる品質一様の牛乳を問題とする。

牛乳配給業者は、牛乳販賣組合より買取りたる牛乳を、液乳として小賣業者、ホテル、飲食店に轉賣するか、餘剩乳として加工業者に轉賣するか、或ひは自己のプラントにて加工するか何れかである。

牛乳販賣組合の發展は、この十五年間になされたものである。はじめ牛乳販賣組合が組織されると、牛乳を市場内のすべての配給者に、均一價格で販賣した。大戦中におけるヨーロッパからの大需要は、煉乳の價格を高騰せしめ、液乳價格は煉乳價格の後塵を拜せんとさへしたから、販賣組合は均一價格のもとになん等の支障を受けなかつた。

しかるに歐洲大戦の休止とともに、煉乳はヨーロッパの利潤ある市場から閉め出されたことが明らかとなつた。煉乳の輸出は一九二一年には一九一九年の三割五分に減退した。一部の加工業者は、プラントを閉鎖し、他の者は生産者に切下げ價格を支拂ふことによりて辛うじて經營を續けた。その結果、生産者は條件の改善を圖つたが、均一價格の水準にまで浮び上るを得なかつた。需要は供給に及ばないのである。

牛乳の市場價值が、用途によりて相異を生じて來ると、配給者は均一方法による販賣價格の決定に満足しなくなる。ある配給者は牛乳の大部分を液乳として轉賣し、他の配給者はその大部分を加工用に供するとすると、均一方法による販賣價格の決定は、大部分を加工する配給者を不利に遇する。何故なら、餘剩乳は液乳より價值が少ないからである。

均一方法においては、すべての生産者もまた一定の單位量に對して均一の分配を受ける。これは價值高き液乳販賣に適合する様に、均一生産をなす生産者をも

利に遇する。何故ならこの方法は、牛乳の大部分が加工に用ひられるに相違ない不規則生産者と、規則的な均一生産者との間に、酬ゆるところを全く同じうするからである。

かくて均一方法は配給者に對しても、生産者に對しても不適當となり、之に代るべき方法が一九二〇年から一九二三年にかけて問題となつた。その結果は二つの方向に現はれた。一つは配給者に對する販賣價格を決定する努力から生れた『分類方法』であり、紐育、ボストン、シャトル、ビッツバーグ等の市場に用ひられた。他は生産者に對する分配價格の決定を主とする『定量方法』であつて、バルティモア、フィラデルフィア、シカゴ、コネクティカット等の市場に用ひられた。しかるに一九二八年以後、販賣價格を決定すべき分類方法と、分配價格を決定すべき定量方法とは併用されて來たから、ここに初めて完全と認めらるべき價格の決定方法が達成せられることゝなつた。この二法を併用せる市場は、一九二八年ビッツバーグ、一九三

販賣組合における價格の決定方法

〇年デトロイト、デカトユール、ブルミントン、一九三一年シャンペーンである。以下この併用された價格の決定方法の各につき説明する。

三、分類方法¹⁾

牛乳の市場價值は用途によりて異なるから、用途を分類して、各分類ごとに販賣價格を定めるのが分類方法である。

配給者は買取りたる牛乳のどれ丈の量を、如何なる用途に當てたかを、毎月、牛乳販賣組合に報告する。この報告によつて用途が判明する。牛乳販賣組合は配給者のこの報告が眞實であるかを確かめるために、配給者の帳簿につき監査の事務を行ふ。

かくのごとく牛乳の用途を決定するために、生産者と配給者との協同がなされる。牛乳販賣組合は生産者の取引力を確立するために組織されるのであるが、牛乳の配給が完全に行はれるためには、生産者の一方的なる協同販賣活動だけでは不充分であつて、生産者と

1) Classification price plan, *ibid.*, p. 188-210

配給者と消費者との配給における協同が必要である。この書の題目を、「酪農品の協同販賣」Co-operative marketing of dairy Products とせずして「酪農品の配給における協同」Co-operation in marketing dairy Products とせるはこの意味である。

牛乳の用途が配給者の報告によりて定まると、豫じめ定められたる各分類別の用途の分類は、嚴格に不變に明確に規定さるべきで、價格を適用して、配給者の支拂ふ金額が定まる。配給者がつけ込む餘地を與へてはならぬ。紐育の市場においては、牛乳の用途は次の五つに分類される。

(一)液乳。(二)クリーム、アイスクリーム、ブレイン、煉乳、均質化原料。(三)無糖全煉乳、加糖全煉乳、ミルクチョコレート、全乳粉、軟チーズ、外國チーズ、(四)バター。

(五)アメリカンチーズ。第一類乃至第三類の用途にあてられる牛乳の價格は、生産者と配給者との毎月の協議によりて決定される。ただし、第三類の煉乳に用ふる牛乳の價格は、中西部の煉乳業者會議の價格が参照さ

れる。第四類バター、第五類アメリカンチーズに用ひられる牛乳の價格は、九二點バターの紐育の公定相場およびアメリカンチーズフラット級の紐育公定相場より、それぞれ一定の加工費が控除されて決定される。

第一類乃至第三類の脂肪油の含有量は三・五%を標準とし、之より〇・一%を過不足することに、何仙増減と言ふ様に定められてゐる。第二類のクリーム。第四類のバターをとりたる殘餘の脱脂乳がバターミルクに用ひられる時は、一〇〇封度につき三〇仙を、アイスクリーム、第三類のチーズ、乳粉、加糖煉乳、均質化原料、ブレイン煉乳に用ひられる時は二五仙を、その他の用途に當てられるときは第二類の場合に一五仙を、それ〴〵加算される。第三類および第五類のチーズ製造の際生ずるホエイが、乳菓に用ひられるときは五仙が加算される。

分類の數は市場に適應する様に定めらるべきで、ボストン市場においては二つに分類される。

各用途における販賣價格は、すべての配給者にとり

て同じであるから、牛乳は最も利潤ある用途にあてられるやうに、配給者間に移轉され得る。均一方法にありては、牛乳の販賣価格は市場價值を推量して決定された。分類方法においては、推量的要素は、除去されて、配給者は精確に自己の受けたる牛乳の市場價值に對して支拂ふ。

四、定量方法¹⁾

定量方法によるときは、賣上金は生産者の寄與したる牛乳の市場價值に應じて分配される。牛乳の市場價值が用途によりて相違を生ずる場合に、均一方法による賣上金の分配による時は、價值高き液乳販賣に適合するやう年中均一生産をなす生産者に對しては、その寄與せる價值以下に酬ゆることとなる。液乳の消費は一年を通じて殆んど均一であるに對し、牛乳生産における季節的變動は著しい。紐育、シカゴ、ピッツバーグの三都市の平均につき見るに、液乳の消費は年々僅かながら増加の傾向にあり、季節的變動の幅は年平

販賣組合における價格の決定方法

均を百分として六・一%である。之に對し、牛乳生産における季節的變動の幅は五八%であるから、牛乳生産の季節的變動の率は、液乳消費のその九倍以上にあたる。もしすべての生産者が同じ季節的變動を持つならば、各生産者の牛乳が液乳および餘剩乳として用ひられる割合は同一であらう。しかるに季節的變動の程度は生産者によりて異なるから、液乳の消費が均一である以上、均一生産ほど液乳販賣に適合する。それ故に各生産者の寄與したる價值を決定するには、各生産者の液乳および餘剩乳の量を確める必要がある。これは定量方法によりてなされる。すなはち各生産者の牛乳生産は、液乳消費に殆んど一致する『定量生産』と、定量を超過する『餘剩生産』とに分けられ、定量生産に對しては、高き液乳價格を以て分配され、餘剩生産に對しては、餘剩乳の低き價值に従つて、低き價格を以て分配される。

次に生産費の點より考察するも、牛乳の均一生産は、酪農業にとりて望ましい。各洲の農科大學における生

第三十七卷 五九九 第四號 一五一

1) Basic-surplus price plan., *ibid*, p, 240-258

産費研究の結果酪農業にとりて、根本的に重要な二つの原理が明らかにされた。¹⁾ 第一の原理は、『夏乳の單位當り生産費は、冬乳のそれより低廉である。』といふにある。これは牧場と厩舎とにおける飼糧費の相違を原因とする。第二の原理によれば、『一定の數の牝牛にありては、均一生産は不均一生産よりも生産量多く、單位量の生産費は低廉である。』といふ。この原理は生産力高き牝牛は、より均一生産をなし、晩夏から秋にかけて新らしく乳を出す牝牛は生産力が高いと言ふ研究の結論に基く。自然は食物豊富に氣候穏和な春に新泌乳することにより、仔牛と母牛とが冬の酷寒に耐え得る様に仕組んでゐる。しかるに出産調節による年中生産が企てられ、冬季の食物と厩舎とが用意される。秋に新泌乳する牝牛は、大量を均一に生産するから、單位量の生産費を低廉ならしめ、第一原理による冬乳の生産費の高きことを償つて餘りあるのである。かくて液乳市場の側から言ふも、生産費の側から言ふも、均一生産が望ましい。

定量生産と餘剰生産とに別々の價格を以てする賣上の分配が、最も合理的に行はれるには、次の條件が充されるを要する。(一)生産者の定量の總計は、その市場の液乳販賣に殆んど等しきこと。(二)生産者に分配する定量價格は、配給者より受けたる液乳價格であること。(三)定量の總計を越ゆる餘剰生産は餘剰乳に殆んど等しきこと。(四)餘剰乳の賣上金は、餘剰生産に對する分配の主なる源泉たること。

以上の條件が充されたる場合の生産者の定量の總計を『總定量』と呼び、これを超過する生産を『生産者の餘剰』と呼ぶこととする。總定量は如何にして求められるか？ 或る年における液乳販賣が最少であつた月の液乳量が、すべての生産者の翌年の各月の總定量として用ひられる。液乳消費は年々僅かながら増加の傾向にあるから、異常月を除いては、翌年の液乳販賣は總定量以上である筈だから、生産者の定量に對して百%に液乳價格を分配される。

この總定量は如何なる方法で生産者に割り當てられ

1) *ibid.*, p.175-181

るか、各生産者に適用する比率を求むるために、その年において牛乳生産の最も少ない三つの連続月の平均量を以て總定量を除す。通常、生産量の最も多き月は五月、六月であり、生産量の最も少なく餘剰乳の最も少ない月は十月、十一月、十二月である。この餘剰最少の月は、生産量は液乳販賣に最も近接するから、比率を得るに用ひられる。次にかくして得たる比率を、各生産者の連続せる三低月の平均生産量に適用して、各生産者の定量が建てられる。

例へば一九二九年の一月が、液乳販賣の最も少ない月であり、その液乳量が九、八四〇封度であるとすれば、之が翌年の總定量である。次にその年の連続せる三つの最低月が十月、十一月、十二月であり、その月平均が一、二、三〇〇封度であれば、九、八四〇を一、二、三〇〇で除して得る八〇%が求むる比率である。之を各生産者に適用する。例へば、或る生産者の三低月である十月、十一月、十二月の平均生産量が五、五〇〇封度であれば、その八〇%の四、四〇〇封度が彼の定

販賣組合における價格の決定方法

量となる。同様に他の生産者の三低月の平均量が六、八〇〇封度ならば、彼の定量は五、四四〇封度である。そこで一九三〇年の例へば二月における生産者Aの生産量が六、〇〇〇封度なりとし、左表の如く液乳販賣が總定量に等しき場合には、彼の定量四、四〇〇封度に對し百封度當り二・八〇弗を、餘剰量一、六〇〇封度に對しては餘剰價格二・二〇弗を分配される。

液乳販賣	9,840 lbs	2.80	275.72
(液乳販賣)	11,000	2.80	308.00)
總定量	9,840	2.80	275.72
(液乳の定量超過)	1,160	2.80	32.48
クラー	4,000	2.30	92.00
バ	2,560	2.05	52.48
總餘剰生産量	6,560	—	144.48
(總餘剰生産量)	7,720	—	176.06)
餘剰量平均價格	—	2.20	—
(餘剰量平均價格)	—	2.29	—)

通常の場合には液乳販賣は總定量を超過する。例へば、右表の括弧におけるごとく液乳販賣が一、一〇〇〇封度であれば、總定量を超過する一、一六〇封度の

價值百封度あたり二・八〇弗すなはち三二・四八弗は餘剰量に算入されてその價格は二・二九弗となり、生産者は前の場合より九仙多く受取る。異常月において液乳販賣が總定量に満たざる時は、その差額に對しては餘剰量の價格が適用されるから、定量價格は液乳價格より下る。例へば液乳販賣が九、〇〇〇封度なら、差額の八四〇封度に對して二・二〇弗が適用されるから定量價格は二・七五弗となる。

五、兩法併用の効果

牛乳の價格決定における均一方法を廢して、販賣價格の決定には分類方法を、分配價格の決定には定量方法を用ふることによつて得られる酪農業および酪農品の配給上の効果につき、主なるものを擧ぐれば次の如くである。

(一) 各配給者は彼の受けたる牛乳の市場價值に對して支拂ひ、各生産者は自己の寄與したる牛乳の市場價值に應じて分配を受ける。これは牛乳の經濟的なる生産

および配給を徹底せしめる。(二) 定量方法による分配は市場の販賣に適合する生産を刺戟する。これは生産統制を結果し、生産過剰または不足を防ぐ場合に重要である。(三) この方法は液乳市場と餘剰乳市場とを互ひに他を犠牲とすることなくして助長する。(四) この方法は市場内の生産者および配給者に迷惑をかけることなしに近接市場に適合する。これは組合が重複して合併の問題あるとき特に重要である。(五) 生産者は少くとも一月前に自己の受取るべき金額を知り得る。(六) 生産者の定量は市場價值に密接して定められてゐるから、彼の生産物につき最大の収益を擧げんとすれば、常に市場における全需要と全供給に注意するを要することゝなる。(完)